

Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung

Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der
Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen

Abhandlung
zur Erlangung der Doktorwürde
der Philosophischen Fakultät I

der
Universität Zürich

vorgelegt von

Bonfadelli

Heinz

von Kloten/ZH

Angenommen auf Antrag von Herrn Prof. Dr. Ulrich Saxer

ADAG, 1980

Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung

Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der
Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen

Abhandlung
zur Erlangung der Doktorwürde
der Philosophischen Fakultät I
der
Universität Zürich

vorgelegt von

Bonfadelli

Heinz

von Kloten/ZH

Angenommen auf Antrag von Herrn Prof. Dr. Ulrich Saxer

ADAG, 1980

Teildruck: Die vollständige Arbeit erscheint im Verlag
Volker Spiess, Berlin, 1980.



Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort
2. Einleitung: Für eine Sozialisationsperspektive
 - 2.1. Die Bedeutung der Massenkommunikation für die Gesellschaft
 - 2.2. Die kommunikationale Umwelt des Individuums
 - 2.3. Entwicklungen und Veränderungen in der Kommunikationsumwelt
 - 2.4. Medienpolitische Aspekte der Massenkommunikation
 - 2.5. Kommunikatives Verhalten und Sozialisation
3. Sozialisation und Massenkommunikation: Forschungsperspektiven
 - 3.1. Sozialisationsforschung
 - 3.1.1. Zum Sozialisationsbegriff
 - 3.1.2. Forschungsstand und -entwicklung
 - 3.1.3. Metatheoretische und methodologische Aspekte
 - 3.1.4. Elemente der Sozialisationstheorie
 - 3.1.5. Massenkommunikation als Gegenstand der Sozialisationsforschung
 - 3.2. Massenkommunikationsforschung
 - 3.2.1. Forschungsstand und Forschungsentwicklung
 - 3.2.2. Haupttypen der Forschung
 - 3.2.3. Theoretische Konzepte und Erklärungsversuche
 - 3.2.4. Resultate: Publikumsforschung des Rundfunks
 - 3.2.5. Resultate: Kinderstudien der Rundfunkanstalten
 - 3.2.6. Resultate: Leserschaftsforschung
 - 3.2.7. Resultate: Klassische Mediensozialisationsforschung
 - 3.3. Mediensozialisation als interdisziplinäres Forschungsproblem
 - 3.3.1. Hauptprobleme
 - 3.3.2. Fragestellungen, Erkenntnisinteressen, Geltungsbereiche
 - 3.3.3. Theoretische Aspekte kommunikativen Handelns
 - 3.3.4. Methodologische Probleme
 - 3.3.5. Forschungsleitende metatheoretische Postulate
 - 3.3.6. Mediensozialisation unter der Sozialisationsperspektive
4. Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung: Neue Ansätze, Methoden und Resultate
 - 4.1. Aspekte kommunikativen und medialen Handelns
 - 4.1.1. Subjektive Mediennutzungsfunktionen
 - 4.1.2. Aktives vs. passives Kommunikationsverhalten
 - 4.1.3. Konzepte der Medieninteraktion
 - 4.2. Mediale Rezeptions- und Transformationsprozesse
 - 4.2.1. Rezeptionsprozesse und kognitive Entwicklung
 - 4.2.2. Subjektive Wirklichkeit der Medienrealität
 - 4.2.3. Medienrealität und Alltagswirklichkeit

4.3. Mediensozialisation: Wirkungen

4.3.1. Informationstransfer durch Massenmedien

4.3.2. Medieninhalte und Realitätsvorstellungen

5. Mediensozialisation in Sozialisationssystemen

5.1. Familie

5.1.1. Fernsehen im Interaktionskontext der Familie

5.1.2. Kinder- und Elternfernsehen in der Familie

5.1.3. Fernsehen und interpersonale Kommunikation

5.1.4. Mediennutzung und familiäre Kommunikationsstrukturen

5.1.5. Medienbezogenes Erziehungs Handeln der Eltern

5.1.6. Medienbezogene Hilfestellungen der Eltern

5.1.7. Kinder und Eltern als Zielpublikum der Medien

5.1.8. Familiäre Wirklichkeit und medial vermittelte Familienbilder

5.2. Wirtschaft

5.2.1. Problemstellungen und theoretische Ansätze

5.2.2. Das Werbefernsehkind

5.2.3. Aufmerksamkeit

5.2.4. Mechanismen der Informationsaufnahme und der Informationsverarbeitung

5.2.5. Werbewirkungen

5.2.6. Wirtschaftliche Sozialisation im Familienkontext

5.3. Politik

5.3.1. Massenmedien und politische Sozialisation

5.3.2. Nutzung politischer Information der Medien

5.3.3. Mediennutzung und perzipierte politische Realität

5.3.4. Mediennutzung, politische Partizipation und Wissensstand

5.3.5. Massenkommunikation und Agenda-Setting

5.3.6. Massenkommunikation und politische Sozialisation in der Familie

5.4. Kultur

5.4.1. Inhalte der Populärmusik

5.4.2. Nutzung und Stellenwert der Pop-Musik im Leben der Jugendlichen

5.4.3. Sozialstrukturelle Aspekte der Pop-Medien

6. Zusammenfassender Ausblick

7. Bibliographie

1. Vorwort

Kommunikation und Information sind in den letzten Jahrzehnten zu den wichtigsten Einflussgrößen unserer modernen Industrielwelt geworden. Neben Wirtschaft und Politik haben sich die Massenmedien mit ihrer wahren Informationsexplosion zu einem eigentlichen Machtfaktor im gesellschaftlichen Gefüge herausgebildet, der die zukünftige Entwicklung entscheidend zu beeinflussen vermag: zum gesamtgesellschaftlichen Nutzen wie zum Negativen. Mit der Einführung der fortgeschrittenen Computertechnologie - elektronische Datenverarbeitung, Mikroprozessoren, Datenbanken, Telekommunikations- und Breitbandnetze - sind wir an einem Wendepunkt zur postindustriellen Gesellschaft angelangt, dessen Konsequenzen für die völlige Umstrukturierung unserer Kommunikationsumwelt noch kaum abzuschätzen sind. Information und Kommunikation sind so zu Ressourcen geworden wie Geld und Rohstoffe, die im Sinne von sozialem Einfluss, Steuerung und Propaganda ausgebeutet werden.

Aber ist dieser Reichtum an Informationen per se etwas Gutes? Haben wir gelernt, mit diesem Gut umzugehen? Ist Information ein Äquivalent von Wissen und Rationalität? - Liegt nicht vielmehr in dieser technologisch bedingten Aufblähung und Umsetzung von Information und Kommunikation eine ungeheure Gefahr: Irrationalität durch Kommunikation - nur ein neues Schlagwort?

Dies sind Fragen, die noch kaum gestellt werden, und auf die die Wissenschaft von der Massenkommunikation erst spärlich Antwort zu geben vermag. Insbesondere sind es wesentlich auch politische Fragen, die sich künftig nur im praktischen gesellschaftlichen Diskurs der beteiligten Kräfte entscheiden und so beantworten, d.h. politisch realisieren lassen.

Der vorliegenden Arbeit nun liegt ein doppeltes Interesse zugrunde. Sie hat neben dem theoretisch-methodologischen auch einen mehr praktischen Schwerpunkt, die beide eng zusammenhängen.

In theoretischer Hinsicht interessiert der subjektbezogene oder mikrosoziologische Aspekt des oben angetönten Problemkreises, zu dem Fragen aufgeworfen und soweit möglich auch Zusammenhänge auf-

gezeigt werden sollen. - Während sich die heute intensivierende medienpolitische Diskussion um eine gesellschaftliche Kontrolle und Steuerung der Massenmedien als notwendiger Basis für das Funktionieren der Demokratie vor allem um sozialstrukturelle Sachverhalte und Massnahmen wie inter- und intramediale Vielfalt sowie innere Pressefreiheit dreht, soll hier vorab der subjekt-zentrierte Aspekt betont werden, der meiner Meinung nach bislang weitgehend ausgeblendet worden ist: Ob nicht alle sozialstrukturellen Massnahmen letztlich nur Erfolg haben werden auf der Basis einer bildungspolitischen Lösung des Problems der Chancengleichheit im Informationszugang, der Informationsnutzung und Informationsverwendung als einem möglichst optimalen und kreativen subjektiven Umgang mit der Vielfalt der Kommunikationskanäle und Medien sowie der durch sie technisch vermittelten Information?

Praktisch geht es um eine erste kritische Sichtung und Aufarbeitung der unsystematischen und weitverstreuten publizistikwissenschaftlichen Arbeiten, denen ein sozialisierungstheoretischer Bezug zugrunde liegt. Wie dringlich dies ist, zeigte eine empirische Untersuchung zum Medienverhalten der 9-, 12- und 15jährigen Schüler durch das Publizistische Seminar der Universität Zürich unter der Leitung von Prof. U. Saxer und dem Autor, die die herausragende Bedeutung der medial vermittelten Kommunikation im Leben der heutigen Heranwachsenden verdeutlichte. Die dort festgestellten Befunde 'zu diesem Puzzle, in dem die meisten Teile noch fehlen', brachte weniger Lösungen, sondern war eher Ausgangspunkt und Anstoss zu einer mehr systematischen und theoriegeleiteten Durchdringung dieses Forschungsbereiches.

Im Zentrum dieser Grundlagenstudie soll also der zunehmende Einfluss der Information und Kommunikation durch die verschiedensten Medien und Kanäle stehen, d.h. es geht um die ständig wachsende, umfassender und komplexer werdende Kommunikations- und Informationsumwelt des heutigen Kindes und Jugendlichen, in die sie hineinwachsen und hineingestellt sind, mit der sie umgehen lernen müssen, und zwar im Sinne einer grösstmöglichen kreativen Nutzung und Beherrschung. Es geht darum, ob die ständig zunehmende Informationsflut und die immer umfassender und rascher zugreifbar

werdenen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten wirklich geeignet sind als alternatives Bildungs- und Wissenssystem, die vorhandenen Ungleichheiten und Benachteiligungen integrativ auszubilden und beim Heranwachsenden eine sozial-kommunikative Kompetenz zu fördern und zu schaffen: sich situationsgemäss zu orientieren, Verhaltensalternativen zu perzipieren, sich möglichst rational zu entscheiden und diese auch in Handeln umzusetzen. Oder ob die wachsenden Informationsmöglichkeiten und -ressourcen wieder nur von denen für sich am vorteilhaftesten genutzt zu werden vermögen, und zwar je länger je mehr, die ohnehin bildungsmässig privilegiert sind im Sinne der Theorie einer wachsenden Wissenskluft zwischen diesen verschiedenen Segmenten der Gesellschaft. - Hierin liegt auch der normative Standpunkt dieser Analyse: Ähnlich wie z.B. beim Gesundheitsbegriff kommt auch der Integration des Individuums in seine Informations- und Kommunikationsumwelt eine normative Dimension zu hinsichtlich einer grösstmöglichen Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung.

Die Massenkommunikationsforschung hat sich trotz verstärkter interdisziplinärer Bemühungen mit diesem Forschungs- und Problembereich generell nur sehr fragmentarisch befasst, und die theoretische wie empirische Situation ist als prekär zu bezeichnen: Man hat noch keinen Konsensus darüber erzielen können, was denn die entscheidenden Merkmale und Faktoren der Realität 'Sozialisation durch und zur Massenkommunikation' überhaupt seien. So besteht das Ziel dieser Arbeit als Beitrag zur Grundlagenforschung darin, die verschiedensten unterschiedlichen Ansätze, Begriffsbildungen, Untersuchungsanlagen und Resultate, welche die wissenschaftsdisziplinären, methodologischen, nationalen, ideologischen und individuellen Positionen der einzelnen Forscher spiegeln, aufzuarbeiten und wissenschaftstheoretisch wie methodologisch kritisch zu befragen, um gemeinsame übergreifende Forschungstendenzen aufzuzeigen, zu präzisieren und weiterzuverfolgen. Im Zentrum steht also der Versuch einer Synthese der disparaten Vielfalt empirischer Einzeluntersuchungen mit entsprechend wenig reflektiertem theoretischen Hintergrund. Die kritische Befragung und Systemati-

sierung der vorliegenden Ansätze und Befunde soll auf der Folie eines akteurzentrierten Paradigmas geschehen, das als theoretischer Bezugsrahmen festlegt, wie die Wirklichkeit des Problems 'Massenkommunikation und Sozialisation' beschaffen ist, welches die fundamentalen Entitäten sind, aus der sie sich zusammensetzt, wie diese aufeinander einwirken, welche Fragen sinnvollerweise gestellt werden können, und welche Methoden bei der Suche nach Lösungen angewendet werden dürfen. Sozialisation zur Massenkommunikation wird dabei verstanden als Prozess des aktiven Hineinwachsens in die Kommunikations- und Informationsumwelt und der damit verknüpften Entwicklung einer Medienkompetenz in einem umfassenden Sinn, welche die kreative Nutzung und Beherrschung der politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Umwelt jedes einzelnen Individuums erst ermöglicht.

Es gilt dabei all jenen zu danken, die durch ihre Gedanken und anregenden Ideen zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben, und in deren Schuld ich stehe. Ganz besonders fühle ich mich auch meinen Lehrern verpflichtet, Herrn Prof. G. Schmidtchen, bei dem ich im Hauptfach Sozialpsychologie studiert habe, und Herrn Prof. U. Saxer, bei dem ich als wissenschaftlicher Assistent die Möglichkeit hatte, in die Offenheit des interdisziplinären Bemühens der Publizistikwissenschaft eingeführt zu werden.

4. Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikations- forschung: Neue Ansätze, Methoden und Resultate

Bei einem Expertentreffen in Montreal im Juni 1969 stellte J.D. Malloran die Frage, ob die Bemühungen der Massenkommunikationsforschung und im speziellen die der Wirkungsforchung weniger erfolgreich gewesen seien, als sie es hätten sein können, weil man den Problemen nie klar ins Auge gesehen habe, und weil man vielleicht die falschen Fragen gestellt habe und immer noch die falschen Ziele verfolge, und zwar mit unangemessenen Methoden.¹⁾ Die Radikalität seiner Kritik liegt dabei nicht so sehr im Aufdecken von vernachlässigten Fragestellungen und den entsprechenden Forschungsdefiziten sondern in der Problematisierung jener Wirklichkeit, die die Publizistikwissenschaft in ihrer Theoriebildung als kommunikationale oder mediale publizistische Wirklichkeit zu beschreiben, zu analysieren, zu erklären und begrifflich zu rekonstruieren versucht. Es geht ihm also um eine publizistikwissenschaftliche Reflexion auf das, was die publizistische Forschung tut, also auf jene von den meisten Publizistikwissenschaftlern gleichermassen geteilten Selbstverständlichkeiten, Überzeugungen und Orientierungen, "die immer stärker selbst eine strukturierende Kraft ausüben, um als wirkliche Fabrikationen sich mehr und mehr in fabrizierte Wirklichkeit zu verwandeln."²⁾

Halloran steht dabei in einer Linie mit anderen, vorwiegend jüngeren Medienwissenschaftlern, die seit Beginn der 70er Jahre verstärkt und immer wieder ihr Unbehagen an der Entwicklung und am gegenwärtigen Stand der Massenkommunikationswissenschaft - ihr eigentümliches Versagen vor zentralen Fragestellungen - öffentlich

1 Halloran, J.D.: Massenmedien und Gesellschaft. Forschungsaufgaben der Wissenschaft von der Massenkommunikation. In: Maletzke, G. (ed): Einführung in die Massenkommunikationsforschung. Berlin, 1972. pp.30-46.

2 Wienig, G.R.: Soziale Wirklichkeit als Herausforderung der Soziologie. München, 1975, p.7.

artikulieren und, aufgrund dieses gewandelten wissenschaftlichen Selbstverständnisses, in neue und alternative Theoriebildung und Forschungspraxis umzusetzen versuchen.

Ihren Ausgangspunkt nehmen diese neuen theoretischen Ansätze wie der Uses and Gratifications Approach, die Agenda-Setting Functions Theorie, das Knowledge-Gap Modell wie auch die neuen Tendenzen in der Mediensozialisationsforschung meist in einer Kritik an der klassischen Wirkungsforschung. Sie werfen ihr vor, dass in ihrem Mittelpunkt die mechanistisch verstandene Frage stehe, was die Medien mit den Menschen machen würden. Oder anders formuliert: Wie können die Medien hinsichtlich wirtschaftlicher, politischer oder pädagogischer Interessen möglichst kontrolliert und effektiv instrumentell eingesetzt werden? Diesen Erkenntnisinteressen unterliegt ein theoretisches wie methodisches Basismodell,³⁾ das davon ausgeht, dass es die abgrenzbaren Entitäten Stimulus und Response gibt, und dass die letzteren als kausal verursacht durch die anderen angesehen werden müssen. Wichtig ist dabei die Ueberlegung oder das Postulat, dass es die dem Stimulus als Medienaussage inhärente inhaltliche und formale Struktur ist, die beim Rezipienten letztlich die Richtung und die Intensität der Wirkung bestimmt. Den einem solchen Verständnis des Wirkungs- und Einflussprozesses der Massenkommunikation zugrunde liegenden Annahmen über die Natur des Menschen wie der Gesellschaft, werden in den neuen Ansätzen Fragen folgender Art entgegengehalten: Gibt es denn so etwas wie objektiv feststellbare, von jedem wissenschaftlichen Zugriff unabhängige Wirkungen überhaupt? Könnte es andererseits nicht so sein, dass so etwas wie die 'Medienwirkungen' erst und vielleicht nur durch den Zugriff des wissenschaftlichen Instrumentariums selbst zustande kommt? Müsst man nicht vielleicht eher das Vorhandensein und den je spezifischen Gebrauch des Konzeptes 'Wirkung' durch die verschiedenen Gruppen wie Medienpraktiker, Werbeleute, Pädagogen oder Wissenschaftler als eigentliches wissenschaftliches Problem untersuchen? der Frage also nachgehen,

3 Etwas detaillierter ist auf dieses Modell schon in Kap. 3.2.2. eingegangen worden.

warum und wie solche sozialen Gruppen die publizistische Wirklichkeit unter diesem Aspekt und mit diesem Konzept zu thematisieren und zu kontrollieren versuchen, um so gewisse, ihnen eigene Interessen durchzusetzen? Das hiesse nicht zuletzt auch, die eigene wissenschaftliche Tätigkeit zu hinterfragen und als sozial vermitteltes und gemachtes Phänomen zu begreifen.⁴⁾

Unter diesen Vorzeichen begann sich eine wesentliche Veränderung im Verständnis der sozialen und medial vermittelten Kommunikation anzubahnen, die auch Folgen für die Mediensozialisationsforschung zeitigte, und in einem grundlegenden Wandel in der Auffassung vom Menschen und von seiner sozialen Wirklichkeit überhaupt fusst. Dieser Wandel in grundlegenden sozialwissenschaftlichen Auffassungen hin zu einer humaneren Vorstellung vom Menschen und dessen gesellschaftlichem Verhalten steht im Zusammenhang und ist getragen von einem Durchbruch der Theorie des Symbolischen Interaktionismus⁵⁾ und verwandter Auffassungen der interpretativen Sozialwissenschaften⁶⁾ in den USA und später auch im deutschen Sprachraum.⁷⁾

4 Siehe dazu: Lerg, W.: Wirkungsforschung im Widerstreit. In: Bertelsmann Briefe 97, 1978, pp.24-30. Lerg, W.: Was hat der Mensch von den Medien? Vortrag gehalten am 5. Bertelsmann Medien Seminar, Paderborn, 1979.

5 Der Symbolische Interaktionismus gründet u.a. im Werk des amerikanischen Sozialphilosophen G.H.Mead und ist erst in jüngster Zeit in der Soziologie stärker rezipiert worden. Mead, G.H.: Mind, Self, and Society. UP of Chicago, 1934. Kuhn, M.H.: Major Trends in Symbolic Interaction Theory in the Past 25 Years. In: Soc. Quarterly, 5, 1964, pp.61-84. McCall, G./Simmons, J.L.: Identities and Interactions. New York, 1966. Blumer, H.: Symbolic Interactionism. Englewood Cliffs, N.J., 1969. Rose, A.M. (ed): Human Behavior and Social Processes. Boston, 1972. Manis, J.G./Meltzer, B.N. (eds): Symbolic Interaction. Boston, 1972. Cardwell, J.D.: Social Psychology. A Symbolic Interaction Perspective. Philadelphia, 1971. Archibald, P.: Symbolic Interaction Theory. In: Zsch.f.Sociologie, 1, 1972, pp.193-208.

6 Hier wäre vor allem auf das Werk von Alfred Schütz hinzuweisen. Schütz, A.: Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Wien, 1932. Schütz, A.: Gesammelte Aufsätze I-III. Den Haag, 1971/72. Schütz, A./Luckmann, Th.: Strukturen der Lebenswelt. Neuwied, 1975.

Ferner: Psathas, G. (ed): Phenomenological Sociology, New York,

Thesenhaft zusammengefasst lässt sich dieses neue Verständnis der sozialen Wirklichkeit, dieses neue Menschen- und Gesellschaftsbild etwa folgendermassen umreißen: Menschen sind nicht nur Objekte in einer naturalen Umwelt, die vom Sozialwissenschaftler als solche beobachtet werden können und auf kausale Gesetzmässigkeiten hin untersuchbar sind. Handelnde Menschen als Gesellschaftsmitglieder sind Produzenten und Schöpfer einer eigenen sozialen Welt oder Wirklichkeit, indem sie diese Welt fortwährend im handelnden Umgang mit dieser Welt, d.h. mit ihren Interaktionspartnern oder mit andern sozialen Objekten hervorbringen und diese Welt interpretieren durch ihr eigenes Handeln und ihr Handeln ihrerseits auf eine Wirklichkeit beziehen, die für sie Sinn und Bedeutung hat. Es ist darum die Aufgabe der Wissenschaft, ihre Aufmerksamkeit auf den Sinn und die Bedeutung der sozialen Wirklichkeit zu richten, so wie sie ihren Sinn und ihre Bedeutung durch die Handlungen und das Wissen der Gesellschaftsmitglieder selbst in ihr erhält als deren eigene subjektive Realität.

Von besonderem Interesse sind dabei die Selbstverständlichkeiten, Voraussetzungen und Annahmen, die die Handelnden ihrem Tun, der sozialen Wirklichkeit und damit auch ihren Interaktionspartnern meist unreflektiert unterstellen, um ihrem Handeln Sinn und Bedeutung zu verleihen als Bewältigung ihrer Alltagswelt durch entsprechende Situationsdefinitionen, die gegenüber andern Interaktionspartnern ausgehandelt, durchgesetzt oder unreflektiert als für normal gehalten werden. Der Wissenschaftler muss darum seine eigenen Vorstellungen und Kategorien aufzudecken und einzu-

1973. Filmer, P. u.a.: New Directions in Sociological Theory. London, 1972. Garfinkel, H.: Studies in Ethnomethodology. Englewood Cliffs, N.J., 1967. Uebersichtsmässig: Bonfadelli, H.: Für eine reflexive Soziologie. Lizentiatsarbeit, Zürich, 1975.

- 7 Berger, K./Luckmann, Th.: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Stuttgart, 1970. Bühl, W. (ed): Verstehende Soziologie. München, 1972. Haferkamp, H.: Soziologie als Handlungstheorie. Düsseldorf, 1972. Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (eds): Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbek, 1973. Steinert, H. (ed): Symbolische Interaktion. Stuttgart, 1973. Weingarten, E. u.a. (eds): Ethnomethodologie. Frankfurt/M., 1976.

klammern versuchen, um der Voraussetzungen habhaft zu werden, die den Handlungen oder Phänomenen selbst zugrunde liegen als von den Handelnden sozial unterstellte und akzeptierte. Zudem sollen Theorien und Begriffe so gewählt werden, dass Prozesse, Interaktionssequenzen und Handlungsmuster Prozesse bleiben und nicht zu sozialen Gegenständen und quasi naturwüchsigen Sachverhalten erstarren, die als an sich und unabhängig bestehende angesehen werden. Vorgefundene Regelmässigkeiten oder Strukturen müssen darum als gemacht verstanden werden, d.h. auf die sie konstituierenden Handlungen und Prozesse hin untersucht werden. Gesellschaft wird so primär als System von Situationen verstanden. Funktionen und soziale Regelmässigkeiten bleiben als institutionalisierte Interaktionssequenzen und -muster bezogen auf spezifische, bedeutungsvolle sinnhafte Situationen.

Diese hier nur in groben Zügen ausgeführten grundlegenden Prämissen theoretischer wie methodologischer Art einer symbol-interaktionistisch verfahrenen Sozialwissenschaft sind für die Kommunikationswissenschaft darum so interessant, weil in ihnen soziales Handeln oder Interaktionen als interpretative Prozesse der Bedeutungsvermittlung verstanden werden, in ihrem Kern also kommunikative Prozesse der Bedeutungsvermittlung sind, in denen und durch die sich im Ablauf der Interaktionsketten soziale Bedeutungen und Symbole herausbilden und wandeln.⁸⁾

In der symbol-interaktionistischen Konzeption des Kommunikationsprozesses verändert sich so Grundsätzliches gegenüber den gebräuchlichen Annahmen der Wirkungsforschung. Im Stimulus-Response Modell ist ja die Verbindung zwischen Kommunikator und Rezipient als unproblematisch gesetzt und wird durch die Gleichschaltung vom Kommunikationsinhalt mit der Effektrichtung gesichert, während gerade dieser theoretisch gesetzte Vorgriff nun

8 Im Zusammenhang mit Kommunikation sind zu erwähnen Hulett, J.E.: A Symbolic Interactionist Model of Communication. In: AV-Comm. Rev., 14, 1966, pp.5-33. Chaney, D.: Processes of Mass Communication. London, 1972. McLeod, J./Chaffee, St.: The Construction of Social Reality. In: Tedeschi, J.(ed): The Social Influence Processes. New York, 1972. Nwankwo, R.L.: Communication as Sym-

problematisiert wird. So erst kann Kommunikation als zutiefst sozialer Vorgang, der alles andere als unproblematisch und unverbrüchlich ist, überhaupt in den Blick gelangen und die Frage nach den symbolischen Vermittlungsmechanismen gestellt werden, die eine Verständigung zwischen den Menschen erst ermöglichen und dessen eigentliche Sozialität ausmachen. Die Suche nach Wirkungen, die entsprechenden Stimuli kausal zugeordnet werden können, erscheint so als 'naives' Unterfangen, während nun das Zusammenspielen der einzelnen Kommunikationsaspekte als Fragestellung ins Zentrum rückt: Wie werden durch Kommunikation oder durch Teilhabe an den Massenmedien, also durch soziale Handlungen, andere soziale Objekte geschaffen? Wie können die beiden Welten des Menschen verbunden werden, die Welt der materiellen Dinge und die Welt der symbolischen Objekte, sodass so etwas wie eine gemeinsame, intersubjektiv geteilte Welt überhaupt erst entstehen kann?⁹⁾

In der Kommunikationssituation laufen sehr komplexe reflexive Prozesse der Realitätskonstruktion ab, die symbol-interaktionistisch mit dem Begriff der Rollenidentifikation umschrieben werden. Für die jeweiligen Interaktionspartner ist die Welt nach sogenannten Relevanzsystemen geordnet, d.h. alle sozialen Objekte stehen, jeweils bezogen auf eine bestimmte Situation und der damit verknüpften persönlichen Handlungspläne, in einem Zweck-Mittel Zusammenhang. Die Bedeutung oder der Sinn eines Ereignisses kann also nur als Antwort auf die Frage gedacht werden: Wo und wie passt dieses Ereignis in die sich entfaltenden Strukturen des Handlungsplanes? Weil allen Ereignissen und auch Personen, denen wir begegnen, so eine je situationsspezifische Bedeutung oder subjektive Funktion zugeschrieben wird und auch werden muss, so bedingt dies natürlich, dass diese zunächst identifiziert werden. Für die Kommunikationssituation heisst dies, dass Uebereinstimmung erzielt oder ausgehandelt werden

bolic Interaction: A Synthesis. In: J.of Comm., 23, 1973, pp. 195-215. Renkstorff, K.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Berlin, 1977.

9 McCall, G./Simmons, J.L. (1966), op.cit., p.65ff. Siehe auch: Wilson, Th.P.: Theorien der Interaktion und Modelle soziologischer Erklärung. In: Arbeitsgruppe.... (1973), op.cit., p.54ff.

muss über gewisse Bedeutungen und Definitionen hinsichtlich der gemeinsamen Gegenstände, der Kommunikationssituation im allgemeinen und der in ihr vertretenen Identitäten und sozialen Zugehörigkeiten der Interaktionspartner. Dabei stimmen zu Beginn deren je spezifische Interessen und Handlungspläne natürlich meist nicht überein. Die beiden Partner müssen, wiederum in symbol-interaktionistischer Terminologie, die jeweilige Rolle ihres Interaktionspartners einnehmen, aufgrund von im Sozialisationsprozess gelernten kognitiven Rollenerwartungen und Interpretationsschemata. Dies bedeutet also, dass man sich selbst und sein eigenes Verhalten, so wie es der andere vermutlich sieht, in seine eigenen Überlegungen miteinbezieht. Erst über diesen Mechanismus der wechselseitigen Wahrnehmungs- und Interpretationsprozesse, kann es zu so etwas wie einer gemeinsamen sozialen Wirklichkeit kommen, auf die beide Interaktionspartner mit ihrem je sinnhaften Handeln eingehen können.

Nun muss natürlich die für unsere Probleme zentrale Frage nach den fundamentalen Änderungen gestellt werden, die sich ergeben, wenn man von der interpersonalen Kommunikation zur medial vermittelten elektronischen Interaktion übergeht, d.h. wenn man den Kommunikationspartner durch das Buch, das Radio- oder Fernsehgerät vertauscht.¹⁰⁾ Zunächst ist zu betonen, dass einige sehr wichtige und bisher vernachlässigte Überlegungen und Prozesse, die für die interpersonale Kommunikationssituation gelten, auch für die durch technische Medien vermittelte Kommunikationssituation zutreffen:

Der Rezipient bleibt ein aktiv handelndes Individuum, das den medialen Kommunikationsinhalten Sinn und Nutzen zuschreibt, indem er diese identifiziert, interpretiert und bewertet, um sie dann in seine Realitätskonzeption und Handlungsabläufe einzubauen. Insofern werden sich natürlich die Forschungen mit den konkreten

¹⁰ Siehe dazu: Chaney, D. (1972), op.cit. wie auch Zijdeveld, A.C.: Elektronische Interaktion? In: Schatz, D. (ed): Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien? Graz, 1975, pp.97-113.

Interpretations- und Nutzungszusammenhängen der Rezipienten beschäftigen müssen.

Zusätzlich gibt es aber noch einige wesentliche neue Momente, die daraus resultieren, dass sich in der Massenkommunikation der Produktionsprozess vom Verwertungsprozess der Kommunikation trennt. Die industriell als Ganzes gefertigten Produkte der Massenmedien stehen für den einzelnen Rezipienten nicht mehr in einem je individuell, konkret erfahrenen Problem- und Verwertungs-zusammenhang im Prozess der Bewältigung seiner Alltagswirklichkeit. Dies hat Konsequenzen für die Kommunikationsinhalte selbst, die als fremde, abgeschlossene und objektivierbare nicht mehr unmittelbares Interesse und individuelle Bedürfnisse anzusprechen vermögen. Auf der Ebene der Inhalte müssen darum reflexive Mechanismen der Rollenidentifikation aufgebaut und vom Medium her entsprechende kommunikative Erwartungshaltungen als subjektive Nutzungsfunktionen sozialisiert werden, die die eigenaktive Zuwendung zum Medium und die durchgehende Abnahme wie ein kontinuierliches Interesse sichern müssen. Genauer abzuklären wäre darum vor allem auch die Sozialisation jener sozial vermittelten subjektiven Funktionen der Massenkommunikation, die neben der reinen Informationsfunktion das Funktionieren der Massenmedien als eines generalisierten Kommunikationsmediums ermöglichen und sozial stützen. Hinsichtlich des Rezipienten stellt sich vor allem die Frage nach der symbolischen Vermittlung der Kommunikationsinhalte: Wie werden diese, wenn überhaupt, konkret in die Realitätskonzepte und Handlungspläne der Rezipienten miteinbezogen, wenn der Medienkonsum heute noch vorwiegend als Freizeitbeschäftigung aufgefasst wird, wenn den Rezipienten nie gezeigt wurde, wie dies zu bewerkstelligen wäre, und wenn, durch strukturelle Gegebenheiten bedingt, Partizipation und geeignete Rückkoppelungssysteme noch weitgehend fehlen? - Es sind somit vier Momente in der medialen Kommunikationssituation, deren Zusammenwirken noch weitgehend ungeklärt ist: die Passivität des Rezipienten in der prästrukturierten Empfangssituation, die er nicht mitgestalten kann; zugleich seine Aktivität, indem er die medial vermittelte Wirklichkeit auswählt, versteht, interpretiert;

seine Reflexivität, die es ihm ermöglicht, die vermittelten Inhalte auf seine Handlungsentwürfe zu beziehen und zu hinterfragen; und seine Situationsspezifität in der konkreten Empfangssituation, die vom Rezipienten miteinbezogen wird in den spezifischen Ablauf dieser kommunikativer Prozesse.

Mit diesen Ausführungen ist nun auch noch die wissenschaftliche Entwicklung im Bereich der Massenkommunikationsforschung angedeutet worden, die eine Uebernahme der so akzentuierten Sozialisationsperspektive erst ermöglichte und zugleich förderte im Zusammenhang und vor dem Hintergrund der Kritik an den in den 60er Jahren vorherrschenden Traditionen der Nutzungs- und Wirkungsforschung.

Entstanden sind auf dieser symbol-interaktionistischen und sozialisationstheoretisch ausgerichteten Folie verschiedene, mehr oder weniger umfassende und unterschiedliche Aspekte des Prozesses der Mediensozialisation beleuchtende Ansätze und Theorien. Sie finden sich verstreut in unterschiedlichsten Publikationsorganen, sind darum bis jetzt noch wenig aufeinander bezogen und im deutschen Sprachraum praktisch noch nicht rezipiert, geschweige denn aufgearbeitet worden.¹¹⁾

Einige von ihnen setzen vor allem im Bereich des abhängigen Variablenkomplexes, der Medien-Kompetenz und -Performanz also, an, indem sie unterschiedlichste Aspekte derselben theoretisch herauszuarbeiten und auch empirisch zu erfassen versuchen.

Am umfassendsten und theoretisch auch am ausgereiftesten ist dabei der Uses and Gratifications Approach, der explizit vom Symbolischen Interaktionismus ausgeht. Es geht ihm vor allem darum, zu untersuchen, welche überdauernden sozialen Bedeutungen oder Funktionen den Medien in Form von Erwartungshaltungen zugeschrieben werden, aufgrund derer diese dann auch je spezifisch genutzt werden.¹²⁾ Es handelt sich dabei z.B. um das Problem, inwie-

11 Gemeinsame Tendenzen aufzuzeigen versuchen Kline, F.G./Clarke, P. (eds): Mass Communications and Youth: Some Current Perspectives. Beverly Hills/London, 1971. Brown, R. (ed): Children and Television. London, 1976.

12 Die deutschsprachige Rezeption gefördert haben Teichert, W.:

weit und in Abhängigkeit von welchen Faktoren Mediazuwendung nicht nur unter informationsorientierten Gesichtspunkten steht, sondern als Realitätsflucht oder als Ersatz für mangelnde interpersonale Kommunikationsmöglichkeiten geschieht. Neben diesen sozialen Nutzungsfunktionen stellt sich aber auch die Frage, von welchen Faktoren es abhängig ist, dass jemand aktives Informationssuchverhalten zeigt, d.h. sich den Massenmedien zielgerichtet zuwendet hinsichtlich bestimmter für ihn relevanter Probleme.

Einige erfolgversprechende theoretische Ansatzpunkte, die an die Fragestellung nach den Mediennutzungsfunktionen anknüpfen, befassen sich mit den Prozessen der Media-Interaktion. Im Zentrum stehen hier die beiden Konzepte der Identifikation und der parasozialen Interaktion.¹³⁾ Sie versuchen unterschiedliche Momente der interaktiven Beziehungen zwischen dem Rezipienten und dem Medium zu messen und mit daraus folgenden Konsequenzen für die Encodierungs- und Verarbeitungsprozesse zu verknüpfen. Daneben gibt es weitere, mehr kognitiv und weniger affektiv ausgerichtete Ansätze, die sich mit den Aufmerksamkeits- und Wahrnehmungsprozessen bezüglich der Medienaussagen befassen. Sie versuchen vor allem medienpädagogische wie medienpraktische Hilfestellungen zu leisten, indem sie z.B. die kognitiven Verfahren analysieren, die Kinder benutzen, um über die Anwendbarkeit unterschiedlicher Medieninhalte für ihr eigenes Leben zu entscheiden, oder sich mit Problemen beschäftigen, Medieninhalte so zu gestalten, dass sie möglichst viele Kinder ansprechen, aber gleichzeitig pädagogisch wertvoll bleiben.¹⁴⁾

Fernsehen als soziales Handeln. In: R+F, 20, 1972, pp.421-39. Teichert, W.: Fernsehen als soziales Handeln (2). In: R+F, 21, 1973, pp.356-82. Teichert, W.: Bedürfnisstruktur und Medien-nutzung. In: R+F, 23, 1975, pp.269-83. Teichert, W.: Dem Publikum auf der Spur. In: Bertelsmann Briefe 87, 1976, pp.3-12. Renkstorff, K.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Berlin, 1977.

- 13 Siehe etwa: Noble, G.: Children in the Front of the Small Screen. London, 1975. Oder die Arbeiten von Nordlund, J.-E.: Media-Interaction. In: Comm.Research, 5, 1978, pp.150-75. Rosengren, K.E. u.a.: Adolescent's TV Relations. Three Scales. In: Comm.Research, 3, 1976, pp.347-65.

Im Bereich der Interpretation und der Umsetzung von Medienbotschaften ist die Frage nach den Einstellungsänderungen der klassischen Wirkungsforschung in den Hintergrund getreten gegenüber Konzepten wie Wissensstand und -zuwachs oder Realitätskonzeptionen, die hinsichtlich ihrer Funktion als Verhaltensstandards befragt werden können. Hierzu gibt es schon verschiedene Untersuchungen, die sich mit medial vermittelten Vorstellungen über Rassenstereotype, politische Ereignisse, Traditionen etc. beschäftigen unter dem Gesichtspunkt "to what extent do they produce similar distorted views in the receivers of these messages? - to what extent are they instrumental in producing or sustaining definitions and patterns of belief which act against the interests of the persons holding them?"¹⁵⁾

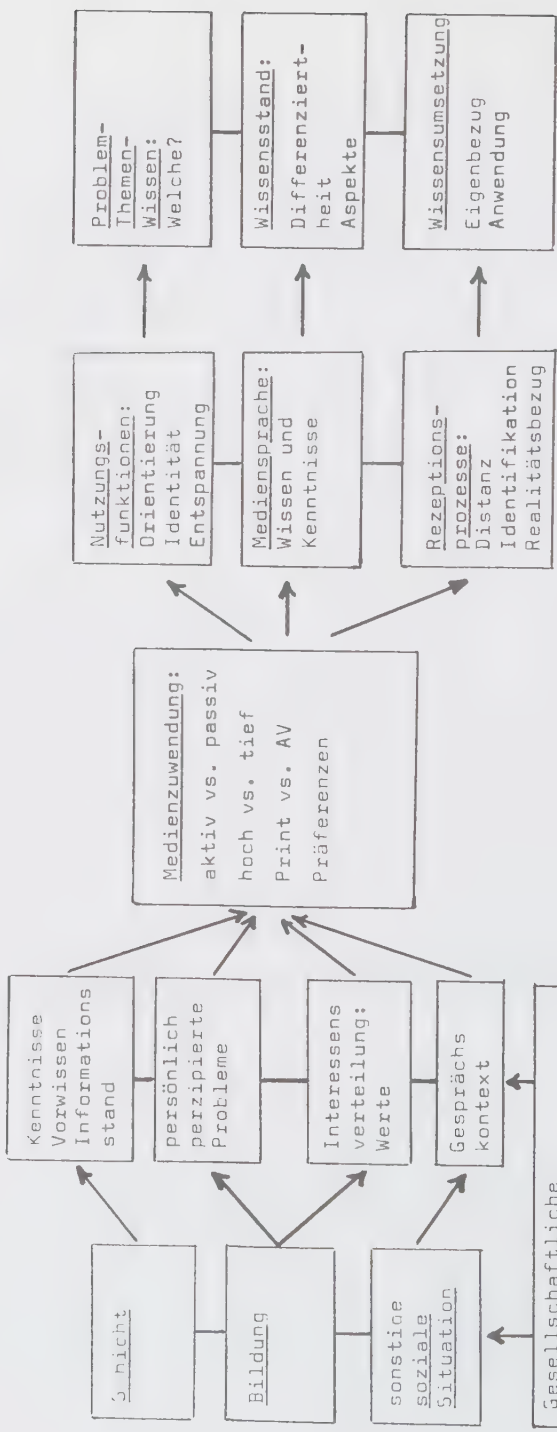
Diese zum Teil schon sehr differenzierten abhängigen Dimensionen des Kommunikationsverhaltens und der Medienzuwendung müssen vor dem Hintergrund der Kommunikations- und Medienkompetenz gesehen werden, als deren Ausdruck sie im Sinne der Performanz ja ebenfalls zählen. Neben der Verhaltensdimension gibt es noch einzelne Untersuchungen, die sich mit den Aspekten 'Wissen' und 'Motivation' der Medienkompetenz befassen. Leider gibt es aber noch kaum konkrete Befunde zu Problemlösestrategien, Encodierungsfähigkeiten, Medienwissen etc.

Neben diesen eher steuernden Einflussfaktoren interessiert aber auch die motivationale Basis des Medienverhaltens. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den eigentlichen, auslösenden Motiven im Sinne von Problemlösungen, die also schon immer auf den Bereich Kommunikation bezogen sind, wie affektive Spannungsreduktion, Integration, sozial-interaktive wie Lern- und Informationsfunktionen. Ihnen unterliegen psychische wie auch soziale Probleme, die aus dem Umgang mit der Alltagswirklichkeit entstanden sind: Orientierungsprobleme aufgrund von fehlendem Wissen, sozialer Druck, interpersonaler Umgang mit Bezugspersonen, auszufüllende freie

14 Erste Schritte in diese Richtung machen die Untersuchungen von Liebert, R.M.: Die Gestaltung von wirkungsvollen Kinder-Fernsehsendungen. In: FuB, 9, 1975, pp.155-66.

15 McCron, R. (1976), op.cit., p.35.

Einflussende und steuernde Faktoren des Kommunikationsverhaltens:



Motivationsbasis für Kommunikationsverhalten:

Steuernde Komponenten als Medienkompetenz und objektive Nutzung der Medienangebote:

Konsequenzen der Mediennutzung:

Zeit u.a.m. Auch zu diesen motivationalen Aspekten kommunikativen Verhaltens gibt es Erklärungsversuche, die vor allem verdeutlichen, wie stark das Medienverhalten in den sozialen Kontext miteinbezogen ist, indem es Möglichkeiten zur Anknüpfung sozialer Kontakte erleichtert, Prestige verleiht, soziale Interaktionen sogar zu ersetzen vermag, oder als kollektives Verhalten bei Jugendlichen als Gruppennorm zur Definition der Gruppenzugehörigkeit benützt wird.

Quer zu diesen Einflussfaktoren als motivationale wie steuernde Momente des Medienverhaltens stehen Fragen nach der Mediensozialisation als dem Prozess der Herausbildung wie der Aufrechterhaltung bestimmter, relativ stabiler Kommunikations- und Mediennutzungsmuster. Dabei sind natürlich entsprechend dem gewählten Sozialisationskontext und den involvierten Sozialisationsinstanzen unterschiedlichste Angriffspunkte zu unterscheiden, und zwar je nachdem, ob man sich mit dem Motivationsaspekt befasst oder mehr nach dessen, z.B. durch eine bestimmte Medienkompetenz gesteuerte Umsetzung in bestimmte Formen des kommunikativen Umgangs mit den Medien, fragt. Unterschieden werden können als wichtigste Faktoren etwa das Alter, entsprechend einer bestimmten Entwicklungsphase oder eines Lebenszyklus. Mit ihm verknüpft sind motivationale Einflüsse in Form von dominierenden psychischen wie sozialen Bedürfnissen, steuernde Komponenten wie der kognitiven Entwicklungsphase der Medienkompetenz und der Fertigkeiten im Umgang mit Printmedien z.B., aber auch strukturelle Aspekte des Sozialisationskontextes wie durch die elterliche Kontrolle gegebene Zugriffsbeschränkungen für bestimmte Medien etwa. Sozialstrukturelle Faktoren in Form eines bestimmten Sozialisationsmilieus bestimmen z.B. das je unterschiedliche Wirksamwerden des Sozialisationsagenten 'Familie', also bestimmte Formen der familiären interpersonellen Kommunikationsmuster, medienbezogene Erziehungsstile oder das Vorhandensein von medialen wie nichtmedialen Alternativen. Sie können als geschlechtsspezifische Unterschiede aber auch direkt auf der Bedürfnisebene wirksam werden. Die Komplexität der mediensozialisations-relevanten Einflussfaktoren und -prozesse ist also sehr gross, und kaum mit einer einzelnen Theorie befriedigend abzudecken.

6. Zusammenfassender Ausblick

Der vorliegenden Arbeit unterliegt die Ueberzeugung, dass eine Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung nicht nur sinnvoll sondern auch notwendig ist.

Die durch technische Medien vermittelte Kommunikation und Information ist in der heutigen hochentwickelten, industriellen Gesellschaft unentbehrlich für deren Funktionieren. Umgekehrt sind die Medien selbst ein Teil dieser Gesellschaft. Sie haben sich zu hochkomplex organisierten sozialen Institutionen entwickelt. Für das einzelne Gesellschaftsmitglied bedeutet dies, dass der Umgang mit und der sinnhafte Gebrauch dieser vielfältigen Kommunikationsmittel immer wichtiger wird für die Bewältigung der täglich anfallenden Probleme der Alltagswirklichkeit. Nur noch über sozial vermittelte, durch Massenmedien verbreitete Information vermag der Mensch sich selbst in seiner Beziehung zu seiner unmittelbaren und entfernteren sozialen Umwelt zu sehen; nur über diese Kommunikationskanäle ist seine Orientierung in der sich fortwährend verändernden gesellschaftlichen Wirklichkeit gesichert, sodass er diese Veränderungen in kritischer Auseinandersetzung zu verstehen und für sich fruchtbar zu machen lernt.

Auch medienpolitisch zeigt sich die enorme Bedeutung der Massenmedien als Garant und Basis für das Funktionieren der demokratisch organisierten Gesellschaften. Diese werden aber meist nur makrosoziologisch thematisiert hinsichtlich sozial-struktureller Mängel und entsprechender korrektiver Massnahmen unter dem funktionalen Gesichtspunkt der Aufrechterhaltung der öffentlichen Meinung. Ergänzend ist aber ebenso sehr mikrosoziologisch zu fragen nach der bildungspolitischen Sicherung der Chancengleichheit im Informationszugang und in der Informationsverwendung als tragender Basis aller sozialstrukturellen Massnahmen. Pressefreiheit und intermediäre Vielfalt sind nur sinnvoll, wenn auch auf der Rezipientenseite von einem mündigen und kritischen Bürger ausgegangen werden kann, der Zugang zu diesen vielfältigen Informationskanälen hat und diese auch sinnvoll zu nutzen versteht. Aber gerade hier deu-

ten sich heute Grenzen an, indem Informationsprivilegien und innerkorrespondierende Informationsbarrieren, d.h. unterschiedlich verteilte Chancen in der Informationsbeschaffung und Informationsverwertung, zu konstatieren sind. Offenbar sind die Massenmedien in ihrer heutigen Form durchaus nicht zum vornherein in der Lage, Wissensunterschiede in den verschiedenen soziostrukturellen Segmenten einer Gesellschaft auszugleichen. Es deuten sich zum Teil ernsthaftere Integrationsprobleme zwischen Informationsbesitzern und solchen, die nicht über genügend Informationen verfügen an: Information und Kommunikation sind zu sozialen Ressourcen geworden im Sinne von sozialem Einfluss und Kontrolle.

Obwohl also die Medien in einer immer komplexer werdenden Gesellschaft vermehrt an Bedeutung erlangen, werden diese selbst immer umfassender und undurchschaubarer: Kommunikation selbst wird so zum sozialen Problem, das nach Aufklärung verlangt. Für den einzelnen Menschen ist das Hineinwachsen in die verschiedenen Mediensysteme und deren kreative Nutzung und Beherrschung als Medienkompetenz immer weniger etwas, das sozusagen automatisch und auf natürliche Weise vor sich geht.

Der Stellenwert der Medien im Leben der einzelnen Gesellschaftsmitglieder ist darum nur unter sozialen Gesichtspunkten umfassend zu verstehen. Die Einführung einer Sozialisationsperspektive in die Massenkommunikationsforschung bedeutet so, dass jenen Prozessen und Mechanismen, die das Hineinwachsen in die Institution 'Massenkommunikation', die den sinnhaften Gebrauch dieser Medien und die die Entwicklung und Ausdifferenzierung der Medien-Kompetenz steuern, vermehrte wissenschaftliche Aufmerksamkeit zukommen muss.

Eine Analyse und Kritik der bisherigen empirischen Forschungen zu diesem Problembereich 'Kinder/Jugendliche und Massenkommunikation' erbrachte, dass die Forschungssituation der 60er Jahre durch eine disparate Vielfalt von theoretischen Ansätzen und empirischen Einzeluntersuchungen gekennzeichnet ist. Obwohl relativ viele deskriptive Befunde zu Fragestellungen wie Mediennutzung, Mediengewohnheiten und Medienpräferenzen u.a.m. vorhanden sind und obwohl unzählige experimentelle Studien im Rahmen des klassischen Wirkungsparadigmas vor allem zu Problemen der Gewalt durch Massenmedien

durchgeführt worden sind, fehlt ein übergreifendes, integrierendes theoretisches Paradigma, das auch forschungsleitend zu werden vermöchte. Dies liegt vor allem auch daran, dass diese Studien im eigentlichen Sinn nicht unter einer sozialisationstheoretischen Perspektive stehen, weil sie praktisch immer von den Medien und ihren Inhalten ausgehen. Das Kommunikationsverhalten der Heranwachsenden wird kaum je zum eigentlich zentralen Fokus des wissenschaftlichen Bemühens. Entsprechend sind denn auch sozialisationstheoretische Ansätze kaum rezipiert und es herrschen psychologische Wirkungsmodelle vor, die das Kommunikations- und Medienverhalten des Heranwachsenden in seinen vielfältigen sozialen Bezügen und Abhängigkeiten nicht zu thematisieren vermögen.

Aufgrund der Analyse und Kritik des Forschungsstandes der Mediensozialisationsforschung der 60er Jahre, was deren Hauptprobleme, Fragestellungen, Erkenntnisinteressen und Geltungsbereiche angeht, wurde umrisshaft in Form von metatheoretischen Postulaten der Prozess der Mediensozialisation unter einer Sozialisationsperspektive zu skizzieren versucht. Im Zentrum einer so verstandenen Mediensozialisationsforschung steht der Heranwachsende mit den ihm eigenen sinnhaften Mustern der Media-Interaktion als soziales Handeln. Als Hauptproblem stellt sich dabei die Analyse der Entwicklung und Herausbildung der Kommunikations- und Medienkompetenz des Kindes in Abhängigkeit und Auseinandersetzung mit den verschiedenen Sozialisationskontexten. Der Einfluss oder mögliche Wirkungen der Medien sind in dieser Perspektive nur zu verstehen und anzugehen über die Frage, wie der Heranwachsende sich kommunikativ verhält und die Medien in seine alltägliche soziale Weltbewältigung aktiv integriert, so dass diese je spezifisch subjektive Nutzungsfunktionen für ihn erfüllen. Das Konzept der Media-Interaktion oder Mediennutzung muss dabei als erklärungskräftiges Konstrukt verstanden werden, indem dieses auf entsprechende funktionale Antezedenzen zu beziehen ist. Diese legen als zugrunde liegende Kommunikationsprobleme die Bedeutung, die Mediennutzung und mögliche Medienwirkungen fest. Zu unterscheiden sind dabei motivationale Komponenten als der Mediennutzung zugrunde liegende

Kommunikationsprobleme und steuernde Faktoren der Medienkompetenz, die die Art und Weise der Medienzuwendung bestimmen.

Im Rahmen einer so verstandenen akteurzentrierten Sozialisationsperspektive erscheint die Kindheit als eine Periode intensiver Kommunikations-Aktivitäten, in der der Heranwachsende in die verschiedensten sozialen Rollen hineinsozialisiert wird. Diese inhaltlich bestimmten Sozialisationsprozesse geschehen in enger Verschränkung mit Kommunikationsprozessen. Die Mediensozialisationsforschung befasst sich nun mit dem Erwerb von Kommunikationsmustern und -strategien, d.h. mit der Art und Weise, wie das Kind lernt, sich durch die Nutzung der verschiedensten Informationskanäle und Medien, die für es notwendigen Informationen zu beschaffen und zu verwenden und zwar bezüglich der je relevanten Sozialisationsprobleme. Das Hineinwachsen in, die Integration und die aktive Beherrschung der Kommunikationsmittel, -kanäle und -systeme ist also nur zu verstehen vor dem Hintergrund und im Zusammenhang mit den entsprechenden Sozialisationskontexten: Mediensozialisation wird so verstanden als Prozess der Herausbildung der Medienkompetenz, die den sinnhaften kommunikativen Umgang mit der sozialen Umwelt des einzelnen Gesellschaftsmitgliedes erst ermöglicht aber so auch steuert. Besonders relevant ist dabei natürlich die Analyse jener Faktoren, die die Chancen für eine erfolgreiche Informationsnutzung und Informationsanwendung herauf oder herabzusetzen vermögen als Ursachen bestehender gesellschaftlicher Kommunikationsdefizite und Kommunikationsbarrieren.

Ein solches Paradigma einer Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung kann natürlich empirisch erst in wenigen Bereichen eingelöst werden. Immerhin bleibt es nicht nur theoretische Spekulation. In den 70er Jahren sind in kritischer Auseinandersetzung mit der klassischen Wirkungsforschung und auf der Folie der Rezeption des Symbolischen Interaktionismus viele erfolgversprechende theoretische Ansätze entwickelt worden. Sie alle gehen vom kommunikativen und medialen Verhalten des Rezipienten aus, das sie als aktives und sinnhaftes soziales Handeln begreifen, und lassen sich so in ein sozialisationstheoretisches Paradigma integrieren. Nur sind sie bislang im deutschsprachigen

Raum noch kaum rezipiert worden.

Mit Beginn der 70er Jahre hat sich also eingrundlegender Wandel in der klassischen Forschungstradition zum Problembereich 'Kinder/ Jugendliche und Massenmedien' angebahnt. Den neuen Ansätzen und Perspektiven unterliegt vor allem ein sehr breites und fruchtbares Verständnis der Medienzuwendung der Heranwachsenden, das weit über die bislang üblichen Indikatoren der Mediennutzung und Medienpräferenzen hinausreicht. So ist denn heute eine breite Palette von theoriebezogenen Konstrukten der Media-Interaktion verfügbar, die verschiedenste Aspekte der Medienselektion wie der Medienrezeption und -transformation abdecken. Zu nennen wäre hier vor allem einmal der Uses and Gratifications Approach, der die verschiedenen subjektiven Mediennutzungsfunktionen analysiert, die Medien für ihre Benützer erfüllen können. Interessant und wichtig sind auch Ansätze, die sich mit dem aktiven Informationsverhalten der Heranwachsenden beschäftigen und untersuchen, unter welchen Umständen bestimmte Medien zielgerichtet für die Lösung bestimmter Informationsprobleme genutzt werden und mit welchem Erfolg dies geschieht. Wieder andere Theorien befassen sich mehr mit den kognitiven und emotionalen Aspekten der Media-Interaktion selbst wie Identifikation oder parasozialer Interaktion etwa und deren Konsequenzen. Interessant und vielversprechend sind auch Arbeiten, die sich mit den Aufmerksamkeits- und Wahrnehmungsprozessen bezüglich der Medienaussagen unter einer entwicklungstheoretischen Perspektive befassen. Sie versuchen so auch medienpädagogische Hilfestellung zu geben für den Umgang mit Medien wie für die Produktion kindergerechter Sendungen.

Im Bereich der Interpretation und Umsetzung der rezipierten Medienbotschaften ist die Frage der klassischen Wirkungsforschung nach Einstellungsänderungen abgelöst worden von Konzepten wie Wissensstand und Wissenszuwachs. Vielmehr wird nun danach gefragt, wie die Medien als Sinnproduzenten und deren mediatisierte Realität von den Kindern bezüglich der persönlichen Erfahrung ihrer Alltagswirklichkeit perzipiert werden, wie die Medienrealität so unter Umständen als wirklichkeitsnah oder -fern interpretiert wird. Daran schliesst sich die Vermutung an, dass sich bei starken

Mediennutzern vielleicht Verzerrungen in deren Wirklichkeitsauffassungen als Folge der für wirklich gehaltenen Medienrealität nachweisen lassen, wie erste und noch vorläufige empirische Befunde nahelegen. - Diese neuen Forschungstendenzen lassen sich zu umfassenderen Erklärungsversuchen integrieren, die sich mit der Mediensozialisation in verschiedenen Sozialisationssystemen wie Familie, Politik, Wirtschaft und Kultur auseinandersetzen. Es geht hier vor allem darum, dass der Prozess der Mediensozialisation nicht losgelöst von bestimmten konkreten Sozialisationskontexten betrachtet wird, sondern immer zurückbezogen wird auf den Prozess der persönlichen Bewältigung der Alltagswirklichkeit in diesen verschiedenen sozialen Strukturen, dass die im Prozess der Mediensozialisation erworbenen Kommunikations- und Mediennutzungsmuster also befragt werden hinsichtlich ihrer Funktionen bezüglich der Sozialisation in diesen spezifischen sozialen Kontexten.

Die Mediensozialisationsforschung hat sich somit in jüngster Zeit radikal verändert, indem eine Vielzahl neuer empirischer wie theoretischer Ansätze entstanden sind, die sich in fruchtbarer Weise in ein sozialisationstheoretisch fundiertes Paradigma integrieren lassen. Zu hoffen wäre vor allem, dass diese Tendenzen und Neu-Orientierungen auch im deutschen Sprachraum vermehrt rezipiert und auch in der praktischen Forschung ihren Niederschlag fänden. Diese Arbeit versucht einen ersten kleinen Schritt in diese Richtung zu machen.

Zürich, Mai 1979

Curriculum vitae

Ich, Heinz Bonfadelli, bin 1949 in Kloten im Kanton Zürich geboren und habe dort die Primar- und Sekundarschule besucht. Von 1965 bis 1969 absolvierte ich die Mittelschule in Winterthur, wo ich mit der eidg. Matura Typus C abschloss.

Mein Studium an der Universität Zürich begann ich im Wintersemester 1970/71 im Hauptfach Sozialpsychologie bei Herrn Prof. G.Schmidtchen und in den Nebenfächern Soziologie und Publizistik. Interessehalber erwarb ich mir zusätzliche Kenntnisse in den Gebieten Mathematik (erstes Vordiplom) und vor allem auch Philosophie.

In den Hauptgebieten Sozialpsychologie und Soziologie beschäftigte ich mich intensiver mit Fragen der verstehenden und interaktionistischen Sozialwissenschaften, was sich 1975 in meiner Lizentiatsarbeit mit dem Titel 'Für eine reflexive Soziologie. Das Problem der sozialen Wirklichkeit bei Alfred Schütz und seine Konsequenzen für Theoriebildung und Methodologie' niederschlug.

Seither arbeite ich am Publizistischen Seminar der Universität Zürich bei Prof.U.Saxer. Neben einer empirischen Studie über Kunstkritik in den Massenmedien war und bin ich immer noch beschäftigt mit der Auswertung einer grösseren empirischen Untersuchung zum Stellenwert der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Die dort gewonnenen Befunde und Einsichten führten zu einer intensiveren grundagentheoretischen Beschäftigung mit dem komplexen Problembereich 'Mediensozialisation', was schliesslich zu dieser Dissertation geführt hat. Im Zusammenhang mit diesen neuen theoretischen Ansätzen beschäftigte ich mich ebenfalls mit grundsätzlichen Fragen der Medienwirkungen.

Neben der Forschung bin ich zudem im Ausbildungsbereich als Lehrbeauftragter an der Universität Zürich, am Journalistischen Institut der Universität Freiburg und in der Journalistenweiterbildung tätig.

